



Universidade de São Paulo
Escola de Engenharia de São Carlos
Departamento de Arquitetura e Urbanismo

SAP 5873 – Sociedade Civil e Estado: dimensões clássicas e contemporâneas e seus desdobramentos sociais e urbanos
| Profa. Dra. Cibele Saliba Rizek |

**Privatização da cultura,
políticas culturais e os
centros de mídia e arte eletrônica.**

Aluna: Grazielle Lautenschlaeger
| Código USP: 5736855 |

São Carlos
Julho | 2007

Privatização da cultura, políticas culturais e os centros de mídia e arte eletrônica.

LAUTENSCHLAEGER, G.¹

Resumo

Esboça relações entre o surgimento dos centros de mídia e arte eletrônica e os mecanismos de privatização da cultura e da arte após 1980. Em seguida, discute o sistema de financiamento à cultura e políticas culturais no Brasil.

Palavras-chave: Cultura. Centros de mídia. Arte eletrônica. Privatização. Políticas culturais.

OS CENTROS DE MÍDIA E ARTE ELETRÔNICA

O que se configurou como o que chamamos atualmente de arte eletrônica, *new media art*, arte tecnológica, entre outras terminologias, é certamente resultado de um processo bastante longo e complexo.

Desde a Antigüidade existem relações entre as inovações técnicas e os procedimentos artísticos, mas somente após a Revolução Industrial que se torna assunto cotidiano a influência direta da tecnologia na Arte. O surgimento do *Art Nouveau*, do *Arts and Crafts* e de escolas como a *Bauhaus* de Walter Gropius e *The Chicago Institute of Technology* fundado por Moholy-Nagy, impulsionaram o desenvolvimento de uma Arte mais escancaradamente tecnológica e, mais tarde, movimentos como o Dadaísmo, o Futurismo e o Construtivismo representavam ainda mais fortemente o grande entusiasmo ao redor da máquina, da mecanicidade e do movimento. Trata-se também do período em que se desencadeiam uma série de movimentos em diversas formas artísticas que começam a estabelecer diálogos entre si, como é o caso do Construtivismo Russo e o cinema de Dziga Vertov e Sergei Eisenstein.

Dando continuidade a esse complexo de transformações, os anos 1960 caracterizaram-se como um período ícone e bastante transgressor e de grande efervescência artística. Novas técnicas, novos processos e novas linguagens compunham um cenário bastante diversificado da produção, que além de contar com a utilização de novos materiais, tendia cada vez mais ao declínio do objeto, à participação do “espectador”, à multisensorialidade e à conquista do espaço arquitetural e urbano pelo artista.

¹ Grazielle Lautenschlaeger é bacharel em Imagem e Som pela Universidade Federal de São Carlos, mestranda em Arquitetura e Urbanismo pela Escola de Engenharia de São Carlos / Universidade de São Paulo. NOMADS.USP - Núcleo de estudos de habitares interativos (www.eesc.usp.br/nomads). falecomagra@gmail.com.

Neste contexto, artistas do mundo inteiro como Joseph Beuys, George Maciunas (Grupo Fluxus), Allan Kaprow, Lygia Clark, Yaacov Agam, Roy Ascott, John Cage, Nam June Paik, entre outros, através de publicações, *happenings*, e performances consideradas subversivas e radicais, catalisaram questões como a efemeridade, a mistura entre arte e cotidiano, a destruição de convenções, a não-materialidade da imagem e a construção de sistemas não-físicos, além da valorização da criação coletiva. Assim, colocaram em evidência na arte as novas relações que se estabeleciam entre sujeito, objeto, tempo e espaço na sociedade naquele momento.

Segundo o historiador de arte e tecnologia Frank Popper, essas transformações conduzem para a construção de uma arte democrática [POPPER,1975]. No entanto, apesar dessa tendência formal, é questionável se no âmbito da produção e das políticas culturais o movimento foi o mesmo.

Hoje, quando a tecnologia digital torna possível uma nova maneira de fazer arte, cujas especificidades interferem diretamente tanto no processo criativo quanto na fruição, é preciso perguntar: como estamos lidando com as especificidades do meio digital? Aspectos como a virtualização, a hibridação e a convergência, estão sendo trabalhados pela arte eletrônica a favor do questionamento ou da legitimação da tecnologia disponibilizada tão avidamente pelo mercado? Num meio em que é possível a colaboratividade e a co-autoria, mas cuja lógica de funcionamento depende de um aprendizado como se aprende a leitura, estamos democratizando o acesso aos meios de produção e fruição artística? Essas e outras questões são as preocupações colocadas para arte em tempos de luta contra as apropriações banalizadoras e despotencializadoras da indústria cultural e pela cultura de massa.

Para o teórico da linguagem das mídias Lev Manovich, a chegada das mídias digitais (*new media*) dá continuidade ao processo de diferenciação entre a lógica do mundo da arte e a lógica do mundo das mídias. Na mesma direção, Deleuze afirma que a arte não deve comunicar nada. Comunicação para ele diz respeito à transmissão e à propagação de uma informação, a qual ele considera como palavra de ordem. Em contraposição, a arte se configura como ato de resistência, contra-informação. Ato de resistência no sentido de que desobedece sempre, ignora as palavras de ordem, não aspira transmitir nada e ainda dissolve as informações que a circundam.

Manovich também vislumbra os grandes artistas do nosso tempo – e que serão lembrados na posteridade – como aqueles que têm bem articuladas as idéias sobre a interação homem-computador, que inventam não apenas novas maneiras de representar coisas, mas que redefinem radicalmente nossas interações frente a toda

uma velha cultura. As grandes obras seriam não um filme ou uma instalação, mas sim os programas que permitem ao usuário montar o filme ou a instalação que ele desejar. Em diálogo com Deleuze: “A arte conserva, é a única coisa no mundo que se conserva. Conserva e se conserva em si (...), embora, de fato, não dure mais que seu suporte e seus materiais...”[DELEUZE, 1996, p.216].

Observando o campo cultural contemporâneo, através da qualidade e natureza de centros de produção e exibição, festivais, publicações, conferências, entre outros, pode-se dizer que no caso das mídias digitais, elas levaram cerca de dez anos para se consolidarem como um novo campo de experimentação nas artes e no âmbito da cultura em geral.

Embora desde os anos 1970, o SIGGRAPH² nos EUA e o *Ars Electronica*³ na Áustria tenham atuado na reunião de trabalhos artísticos mediados por computador, somente no fim dos anos 1980, surgem centros de produção e suporte para a chamada *new media art*, como o ZKM - *Zentrum fuer Kunst und Medien*,⁴ em Karlsruhe (1989), o *New Media Institute* em Frankfurt (1990), o ISEA - *Inter-Society for the Eletronic Arts*, na Holanda (1990) e o *InterCommunication Center* no Japão (1990). Assim, durante todos os anos 1990, Europa e Japão permaneceram como os lugares para produzir, apreciar e participar de discussões em nível elevado sobre arte eletrônica. Nos EUA, por sua vez, onde predomina uma cultura assumidamente regida pelo mercado e, ao contrário da Europa, não houve nesse período apoio do setor público para produção cultural, a rápida assimilação das tecnologias digitais não proporcionou tempo para reflexão sobre a área [MANOVICH, 2003].

Hoje, apesar de existirem centros de estudo e produção de arte tecnológica pelo mundo todo, ainda se reconhece o acesso para o público como bastante reduzido na escala mundial. Ainda, é possível especular uma relativa retração de investimento por parte do setor privado nesses centros de mídia após o mercado já ter assimilado e incorporado em sua lógica algumas das descobertas em relação às especificidades do meio digital bem como suas possibilidades de uso pelo público-consumidor.

O Brasil tem como exemplo expoente o Instituto Itaú Cultural⁵, criado em 1986 em São Paulo, uma instituição privada que mantém um laboratório de mídias interativas (Itaulab), promove financiamentos e organiza simpósios e mostras sobre o assunto. Outro exemplo seria o FILE – Festival Internacional de Linguagem

² <http://www.siggraph.org> acessado em 20 de maio de 2007.

³ <http://www.aec.at> acessado em 20 de maio de 2007.

⁴ Considerado por Hans-Peter Schwarz como a “Bauhaus eletrônica”. O centro publica periodicamente materiais sobre si mesmo e suas produções, esboçando uma “*Media Art History*” <http://www.zkm.de> acessado em 20 de maio de 2007.

⁵ <http://www.itaucultural.org.br>, acessado em 20 de maio de 2007.

Eletrônica⁶, evento com edições anuais em São Paulo e Rio de Janeiro, realizado pela Fiesp, patrocínio e apoio de inúmeros instituições, entre públicas e privadas.

Outros centros de pesquisa e produção de arte eletrônica no Brasil se encontram vinculados a universidades, como é o caso do Núcleo da Tecnologia da Imagem (N-Imagem) criado em 1987 por André Parente na ECO/UFRJ e de outros centros de pesquisa encabeçados por pesquisadores e artistas como Rejane Spitz (1992 - Núcleo de Arte Eletrônica do Departamento de Artes e Design da PUC/RJ), Suzete Venturelli (1989 - Laboratório de Imagem e Som do Departamento de Artes Visuais da UnB), Silvia Laurentiz e Gilberto Prado (ECA/USP), Giselle Beiguelman (PUC/SP), entre outros.

No entanto, tais iniciativas são tidas como manifestações isoladas, uma vez que os estudos sobre o assunto ainda são incipientes e feitos por pouquíssimos pesquisadores em função, entre outras razões, dos escassos e restritos recursos financeiros investidos, tanto no âmbito da pesquisa, quanto no da produção e da disseminação do conhecimento produzido.

No mesmo cenário problemático em que se encontra os centros de mídia e arte eletrônica, estão as artes em geral, uma vez que se inserem no processo de privatização da cultura, intensificado desde a década de 1980 e que, preocupantemente, alinham arte e cultura, ambas pertencentes ao universo simbólico, à lógica de mercado (concorrência, lucro e caráter privado).

A PRIVATIZAÇÃO DA CULTURA PÓS 1980

Desde o fim da bipolarização e a emergência de uma ordem econômica mundial, assistimos a um conjunto significativo de transformações que acarretaram muito mais preocupações de ordem cultural que de ordem econômica.

Se nos últimos vinte anos, por um lado difundiu-se a idéia da universalidade e da valoração da cultura para todos os segmentos sociais e como premissa para a qualidade de vida; de outro, *“a cultura, na pluralidade que caracteriza as diferenças entre as sociedades do planeta, parece ameaçada pela universalização que caracteriza o capitalismo do mundo contemporâneo”*. [WU, 2006, p. 13]. No contexto da globalização, enfatizada pelas indústrias culturais da sociedade de massas, a vulgarização da cultura e da arte emerge de modo diferenciado, atendendo às características específicas do mercado e influenciado pelas estratégias de difusão planetária.

⁶ <http://www.file.org.br>, acessado em 20 de maio de 2007.

No final dos anos 1960, Guy Debord já falava sobre a cultura assumir, na era burguesa, a preocupação com a exigência de felicidade, reproduzida infinitamente dentro da lógica de mercado.

Com o desenrolar desse processo, o sociólogo Pierre Bourdieu, interessado nas artes enquanto instrumento de transmissão de determinada ideologia hegemônica através de gerações, desenvolve na década de 1980 a teoria do “capital cultural”. Essa teoria é conceitualmente proveitosa para o entendimento do sistema de “gosto” e “valor” – inclui-se, portanto, a arte contemporânea – dentro da estrutura geral das formações sociais, econômicas e políticas.

Atualizando o conceito que ele desenvolve para a época do capital internacionalizado e “financeirizado”, poderíamos entender hoje o “capital cultural” como o “gosto” corporativo, se referindo a uma forma de propriedade, ou mesmo apropriação material dos objetos simbólicos.

Sabe-se do histórico da arte em ser patrocinada pelos que possuem poder e status na sociedade, como no Renascimento, quando a burguesia, desprovida de terras mas provida de dinheiro, iniciou a prática do mecenato, atribuindo valor de mercado aos objetos artísticos, tornando-os também um símbolo de status social. De outro lado, também assistimos ao uso das artes como instrumento de propaganda ideológica do Estado.

Hoje, com a consolidação das democracias capitalistas, Estado e mundo empresarial se constituem como os dois principais papéis em relação às artes. O mundo empresarial usa as artes como instrumento para obter poder político no interior do Estado Moderno. Dentro dessas circunstâncias, é inegável que os diferentes tipos de organização das instituições de fomento à arte interferem diretamente na potência e na qualidade da arte pesquisada, produzida e disseminada.

Qual é o interesse das corporações na arte e em outros produtos culturais? Na perspectiva de que o consumo de bens culturais como insumos da produção de relações e identidades sociais é possível observar que essa estrutura coincide com distinção social e a distinção de classe. O sistema de investimento privado em arte e em cultura acaba se constituindo historicamente como moeda simbólica e formas de dominação [WU, 2006].

A institucionalização dos interesses econômicos das elites ou corporações na esfera cultural é parte evidente da “tendenciosidade do sistema”. Ainda assim, o que nos interessa aqui é o grau em que sutilmente se disfarça o volume substancial do subsídio governamental, que sempre foi muito maior que as verbas diretas. [WU, 2006, p.46].

Em pesquisa realizada pela especialista em arte e cultura contemporânea Chin-tao Wu, ela analisa as semelhanças e distinções entre as estruturas e dinâmicas das instituições culturais nos EUA e Grã-Bretanha pós década de 1980. Segundo a pesquisa, em ambos os casos, museus (objeto utilizado na análise) nascem a partir da iniciativa privada, mas se distinguem nos arranjos institucionais.

Wu coloca que nos EUA, onde se tem uma cultura assumidamente regida pelo mercado, o cenário cultural se constitui basicamente por instituições privadas sem fins lucrativos, sendo as artes 90% financiadas por indivíduos. Já na Grã-Bretanha, o cenário é composto por instituições “públicas” e a legislação tributária não incentiva doações privadas. Cabe-nos aqui investigar quais as implicações dessas diferenças. É possível uma arte verdadeiramente transgressora que sirva ao mercado? Interessamos entender como se torna possível a mercantilização de algo que pertence ao universo simbólico?

Agora no caso da produção artística dos centros de mídia e arte eletrônica, que está necessariamente atrelada ao desenvolvimento de uma determinada tecnologia fornecida pelo mercado, como ignorar ou subverter a lógica do mercado e deixar vazar a pulsão criativa de um ato de resistência que é a arte? Ou estaríamos num ciclo infinito, em que o mercado se encontra avidamente de olhos abertos sobre essa pulsão para sugá-la, se apropriar e em seguida despotencializá-la? Caminhando nesse sentido, é preciso tornar ainda mais evidente a defesa da arte e da cultura subsidiadas pelo Estado, a favor do interesse público.

ARTE ELETRÔNICA E POLÍTICAS CULTURAIS NO BRASIL

Não necessariamente vinculada ao nicho de atuação, empresas investem em cultura a fim de relacionar sua marca a determinado público-alvo. No Brasil, temos associados a cultura diversos bancos, como o caso do Itaú Cultural – o expoente de fomento à cultura eletrônica –, o Centro Cultural Banco do Brasil, o HSBC Belas Artes, Espaço Unibanco entre outros. A grande crítica a esses espaços é que eles são organizados dentro da lógica de venda de produtos culturais, e não na formação cultural dos cidadãos freqüentadores. Tratam de instituições que servem à lógica da sociedade do espetáculo e estão pouco abertas ao diálogo e à troca de experiências. Esse tipo de postura torna-se natural na medida em que essas instituições não possuem compromisso com qualquer diretriz de políticas culturais elaboradas pelo Estado e que satisfaça o interesse público.

O tratamento dado às políticas culturais enquanto intervenção social ao longo da história varia entre pouca importância e importância nenhuma. No Brasil não é

diferente, e o apego às leis de incentivo tem origem no descaso histórico do Estado brasileiro pela cultura.

Sendo a cultura uma questão de interesse público, ela requer políticas e investimentos de Estado, como a saúde, a educação, o transporte e a segurança. É dever do Estado traçar objetivos, elaborar estratégias e investir no desenvolvimento cultural, financiar processos de pesquisa, formação, criação, produção, distribuição, intercâmbio e preservação, garantindo a todos os estratos da população e a todas as regiões do país condições amplas de acesso, fruição e expressão cultural. Para isso, o Estado deve prever no orçamento público recursos suficientes para programar suas políticas culturais. Além disso, espera-se que a área cultural seja um compromisso ético do Estado e não conivente com o sistema de privilégios e má administração que impera em nosso país.

No entanto, muito diferente das condições ideais, o cenário cultural brasileiro não deixa de ser assolado pelo cada vez maior envolvimento do setor privado nos ditames da orientação de dinheiro para o setor cultural, e isso ocorre através da escolha e manutenção da dedução fiscal privada como sistema de financiamento público à cultura no Brasil.

Esse sistema, aplicado sobre o imposto de renda, foi criado em 1986 pela Lei Sarney, substituída pela Lei Rouanet no Governo Collor em 1991, ampliado como Lei do Audiovisual em 1993 por Itamar, e replicado por municípios e estados via dedução no ISS, IPTU, e ICMS. A partir dessa conjuntura, a transferência de recursos públicos para a cultura é inédita em nossa história e chega inclusive a irrigar a produção independente. A adoção desse mecanismo, por mais que hoje chegue a movimentar cerca de R\$600 milhões por ano na área da cultura, representa a associação das políticas públicas ao ideário neoliberal econômico e a retração do Estado frente a uma de suas responsabilidades, uma vez que a cultura é algo de interesse público.

Ao longo dos anos de uso deste mecanismo, além da responsabilização, nota-se que ele possibilitou a insurgência de novas forças da economia e, ainda, permitiu (no Brasil) a formação de um clientelismo que favoreceu pouca transparência na adoção de critérios sobre a boa ou má política de cultura.

Entende-se que o problema não está no investimento do dinheiro público na cultura, mas na maneira que isso é realizado e organizado. Essencialmente, o incentivo fiscal é uma tática de aplicação do dinheiro público cujo objetivo é o de alimentar o investimento privado. Considerando que são as leis do mercado que regem as condições de sobrevivência das empresas, é no mínimo inconseqüente transferir para elas recursos públicos e tentar dominar sua lógica pela força de supernormalizações de Estado.

Para Yacoff Sarcovas, presidente da Articulação Comunicação e consultor de patrocínio empresarial,

o financiamento por dedução fiscal transfere e pulveriza aleatoriamente o dinheiro e a responsabilidade pública para as empresas e por isso não é o instrumento adequado para a "desconcentração e democratização dos recursos; ampliação da responsabilidade do Estado e do público beneficiado; qualificação do processo de seleção dos projetos; facilitação e apoio aos pequenos empreendedores; desburocratização e melhoria dos instrumentos de gestão". [SARKOVAS, 2005, p. 4]

As leis de incentivo geram produção cultural pois aplicam dinheiro no setor, não porque são uma forma de financiamento que soluciona os problemas enfrentados pela área cultural. Elas acabam desperdiçando recursos públicos com sobreduções, intermediações e inflações orçamentárias; sem formarem patrocinadores-investidores e pervertem a relação cultura-empresas/pessoas, doutrinando-as a nunca desembolsar para patrocinar/apoiar; desprezam o interesse público, pois financiam com recursos exclusivamente do Estado um projeto, e não o outro, pelo mérito de atender ao interesse privado, e não a políticas públicas. No caso de financiamento público, é preciso enfatizar o mérito de projetos que são capazes de responder às políticas públicas, ao conjunto de conceitos e estratégias que governos têm obrigação de criar e fomentar, pois são eleitos para isso [SARKOVAS, 2005].

De outro lado, é importante observar que a criação dessas leis, que beneficiam tão indecorosamente o privado em detrimento do público, não foi fruto de lobbies empresariais, e, sim, do próprio meio cultural. Além disso, grande parte dos agentes culturais no Brasil não possui referência histórica e informação sobre outros modelos de financiamento público, acreditam que as leis de incentivo são o único mecanismo possível de investimento de dinheiro público na produção não-estatal e as apoiam politicamente para terem acesso a recursos públicos sem discuti-los no âmbito do orçamento público e com o mínimo de intervenção burocrática do Estado.

O principal instrumento de poder do Estado no campo da arte e da cultura frente ao capital privado são as agências reguladoras. Essas agências, chamadas por Wu de "guardiãs culturais", não significam "uma política cultural a serviço de uma cultura monolítica"; são integrantes do circuito do sistema político, atuantes no processo legitimador do interesse do sistema político [WU, 2006, p.40]. No Brasil, podemos citar como exemplo o próprio Fundo Nacional de Cultura ou mesmo a Ancinav (Agência Nacional de Cinema e Audiovisual). O atual ministro da cultura brasileiro, Gilberto Gil, reconhece publicamente que a ausência de interferência do Estado em determinados setores gera conseqüências catastróficas, e discursa a favor

de uma regulação em que se repactuem a relação entre agentes econômicos e sociedade, criando regras adequadas para o desenvolvimento do país.⁷

Já o terceiro setor, composto por ONGs e OSCIPS, são atores ambíguos na cena cultural no que diz respeito ao público e ao privado. Apesar de terem se tornado elementos substanciais das políticas e funções coletivas, como representam uma das faces da restrição do Estado, acabam promovendo o distanciamento político e a manutenção “*establishment*”, já que acabam, na maioria das vezes, sendo geridas por pessoas política e socialmente privilegiadas [WU, 2006] .

A mídia por sua vez, quando não propaga os falsos benefícios das leis de incentivo fiscal, mantém a opinião pública desinformada sobre suas enfermidades. E ainda, os poucos grupos que se mobilizam em torno de políticas culturais são, em sua maioria, os que acreditam possuir vantagem direta com o sistema vigente.

Muitas críticas são feitas, mas empiricamente parecem poucos os esforços em movimento contrário. Sarkovas certa vez escreveu que o atual Ministério da Cultura deveria, antes mesmo de sua posse, ter feito um acordo com a área econômica do governo de adiantamento de recursos para a constituição de fundos, na equivalência dos que hoje escoam pelo ralo dos incentivos fiscais. Segundo ele, isso não afetaria o orçamento público a médio prazo. Em seguida, deveria priorizar a formulação das políticas públicas, transversais e por áreas, para permitir análises de mérito público dos projetos. Assim, os fundos seriam implantados sem mudanças no sistema atual. Conforme fossem testados e ajustados, seus mecanismos passo a passo substituiriam as leis de incentivos fiscais, através da diminuição crescente dos seus níveis de dedução, até que se tornassem, de fato, um mecanismo de estímulo ao patrocínio e ao investimento privado efetivo.

DISCUSSÃO E CONSIDERAÇÕES FINAIS

A partir das considerações feitas até aqui, é possível relacionar o surgimento dos centros de mídia e arte eletrônica com o processo de privatização da cultura que se intensifica a partir da década de 1980.

Mesmo sendo mantida a lógica de mercado (concorrência, lucro e caráter privado) os projetos financiados por incentivos fiscais no Brasil movimentam a economia brasileira. Mas isso não significa que estamos investindo dignamente em

⁷ “*Me parece que a autoregulação não basta, ainda mais em atividades que dizem respeito diretamente ao interesse público*”, Gilberto Gil em palestra intitulada “Regulação pelo poder público do mercado de produção audiovisual: razões para a criação da Ancinav”, proferida em 15.março.2007 no II Fórum Brasileiro sobre as agências reguladoras.

cultura. Quantidade não é sinônimo de qualidade. É preciso ajustar a seleção de projetos de acordo com o benefício público. O Estado deve se fazer presente tanto na mediação quanto na ação cultural direta, e essa mediação não pode ser confundida com censura, como a lógica liberal tenta nos convencer. Trata-se apenas de uma intervenção para se faça valer as políticas públicas.

A formulação de diretrizes culturais públicas torna-se, portanto indispensável. Antes de serem canais de comunicação de marcas, instituições, processos e projetos culturais possuem uma função pública a ser cumprida. Sem a criação de políticas públicas culturais não há como definir critérios de seleção, e garantias legais de sustentabilidade orçamentária dos fundos, para que seus recursos não tenham relação promíscua com os orçamentos de secretarias e ministérios.

Se não forem estabelecidas novas metas e novos critérios, continuaremos a distribuir aleatoriamente os recursos públicos, na expectativa e na incerteza de um destino digno para os mesmos.

Neste contexto, em relação aos centros de mídia e arte eletrônica, a esperança pode almejar uma estética deleuziana? Será possível a produção de uma arte em que não será a tecnologia a protagonista no momento de fruição, mas a graça que os novos sentidos que as mídias digitais podem proporcionar?

É preciso transformar o peso e a exatidão da linguagem digital na leveza e na delicadeza da sensibilidade, do gozo estético. É preciso ignorar a perversidade do universo do mercado e partir para uma arte que não precisa comunicar nada.

REFERÊNCIAS

- ARGAN, G. C. **História da arte como história da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1995.
- BENJAMIN, W. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In **Magia e técnica, arte e política (obras escolhidas)**. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- DEBORD, G. **Sociedade do espetáculo**. E-bookLibris, 2003. Disponível em <http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/socespetaculo.html> em 1º.jul.2007.
- DELEUZE, G. ; GATTARI, F. **O que é a filosofia?** Rio de Janeiro: Ed.34, 1996.
- MANOVICH, Lev. **New media from Borges to HTML**. in WARDRIP-FRUIN, N., MONFORT, N., *The new media reader*, Cambridge: MIT Press, 2003, pp. 13-25.
- MINISTÉRIO DA CULTURA. <http://www.cultura.gov.br/>, em 1º.jul.2007.
- POPPER, F. **Le déclin de l'objet – art action participation 1**. Paris: Chêne, 1975.
- _____. **Art, action et participation: l'artiste et la créativité aujourd'hui**. Paris: Editions Klincksieck, 1980.
- SARKOVAS, Y. **O incentivo fiscal à cultura no Brasil**. Fórum Virtual de Teatro Brasileiro – fev.2005. Disponível em <http://www.artes.com/sys/sections.php?op=view&artid=34> em 22.jun.2007.
- SCHWARZ, H.P. **Media Art History**. Karlsruhe: Prestel, 1997.
- SILVA, F.C. **Habermas e a esfera pública: reconstruindo a história de uma idéia**. Sociologia, problemas e práticas. nº 35, 2001. disponível em www.scielo.oces.mctes.pt/pdf/spp/n35/n35a05.pdf em 1º.jul.2007.
- WU, C. **Privatização da cultura: a intervenção corporativa nas artes desde os anos 80**. São Paulo: Boitempo, 2006.